

Human Technology *Interaction*

Estudio sobre los jóvenes y las Universidades privadas

Julio 2008

www.xperienceconsulting.com

Los jóvenes y la búsqueda de universidad

■ INTRODUCCIÓN

Casi el 70% de los futuros universitarios se informa a través de Internet para la toma de decisión de grado (diplomatura o licenciatura) y universidad para cursar estudios

Xperience Consulting ha realizado un estudio - durante el mes de julio- sobre una muestra de usuarios de dos perfiles, jóvenes preuniversitarios con edades comprendidas entre los 16 y los 24 años, y sus padres, que tienen intención de comenzar estudios universitarios en los dos próximos años, todos ellos dispersos geográficamente en España y que navegan por Internet al menos cinco horas a la semana.



Dos terceras partes de los jóvenes españoles o sus padres (**68%**) buscan primero en Internet la información sobre su diplomatura o licenciatura a estudiar y la comparan entre varias universidades para posteriormente comenzar un proceso tradicional por teléfono o presencial. El resto declara su intención de completar el proceso por completo a través de internet.

Este estudio ha querido determinar, en primer lugar, las preferencias iniciales a la hora de buscar una titulación y una universidad. La toma de decisión sigue siendo mayoritariamente **conjunta** entre los padres y el/la joven (46%), pero un 40% toma la decisión a solas. Por otra parte, las madres (10%) tienen mayor capacidad de decisión que los padres (4%).



Los jóvenes y la búsqueda de universidad

■ INTERNET CÓMO MÉTODO DE DECISIÓN



Los factores principales para tomar una **decisión** son, por este orden:

- La variedad de los programas
- El precio,
- La reputación de la universidad,
- Información sobre becas y ayudas

Sin embargo, otros aspectos como la posibilidad de continuar estudios de **postgrado** en la misma universidad o hacerlo en **otros idiomas** no son tan relevantes para los usuarios.

Las informaciones más demandadas en estas páginas web son las **titulaciones**, los criterios de **admisión** y el **precio** de los programas.

Los jóvenes y la búsqueda de universidad

■ COMPARATIVA ENTRE CINCO UNIVERSIDADES PRIVADAS

Para realizar este estudio se seleccionaron cinco universidades privadas de entre todas las existentes en España. Los criterios de selección de las mismas fueron: su tamaño, su inversión en medios, su dispersión geográfica y su reconocimiento dentro de la comunidad universitaria.

Las web seleccionadas fueron las de la Universidad **Antonio de Nebrija** (Comunidad de Madrid), Universidad de **Deusto** (País Vasco), Universidad **Francisco de Vitoria** (Comunidad de Madrid), Universidad **Internacional de Catalunya** (Cataluña), y Universidad **Ramón Llul** (Cataluña).

Con una puntuación media de **16,5** (sobre 20) la vencedora en casi todas las categorías ha sido la web de la Universidad Francisco de Vitoria, que mejora las puntuaciones otorgadas por los usuarios en **eficacia** (capacidad de completar una tarea propuesta) y **satisfacción** (sensaciones a la hora de enfrentarse a una tarea); la Universidad Antonio de Nebrija supera a todas en **eficiencia** (tiempo o número de clicks necesarios para completar una tarea).



La **página principal** (o 'homepage') más valorada es también la de la Universidad Francisco de Vitoria, de la que los usuarios destacan que es *'una web limpia con mensajes claros y bastante atractiva a la vista'*, y además *'es bonita, y a primera vista tiene toda la información necesaria, en sitios visibles'*.

Cabe destacar que **sólo el 75%** de los usuarios fueron capaces de completar las tareas planteadas con un nivel de eficiencia que en la mayoría de las ocasiones no llegó al **65%**, lo que indica las **posibilidades de mejora** que tienen los sitios web estudiados.

Los jóvenes y la búsqueda de universidad

■ DETALLES SOBRE LOS SITIOS WEB DE LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS ANALIZADAS

En general, el estudio demuestra que los usuarios **encuentran dificultades** para encontrar en las web de las universidades las informaciones que más les interesan como la académica, información sobre residencias de estudiantes o becas.

De la misma forma, los datos del estudio desprenden que los sitios web de las Universidades privadas españolas aún tienen mucho **margen de mejora para incorporar elementos de la llamada web 2.0**, y en especial, en lo que respecta a la participación de los propios estudiantes en la generación de contenidos y al diseño gráfico.



Los factores más puntuados en cuanto a diseño y usabilidad por los usuarios fueron:

- La velocidad de carga y sin errores de la página principal
- La estructura organizada y visibilidad de las secciones
- El reconocimiento de la Universidad

Los menos puntuados, en cambio son:

- La información importante no destaca sobre la menos importante
- La página no anima a seguir navegando

En cambio, para los usuarios la información sobre las titulaciones es completa y consiguieron acceder a ella en un alto porcentaje (**93%**). Se valora también muy positivamente la presencia de toda la **información relacionada** con la titulación, por ejemplo, los planes de estudio, requisitos de admisión, salidas profesionales, etc.

Contactos

Jaime Coll

jcoll@xperienceconsulting.com
+34.91.542.6252

Javier Darriba

jdarriba@xperienceconsulting.com
+34.93.414.75.54

Oficinas Europa: Madrid

C/ Gran Vía 62, 7º Izqda.
28013 Madrid, Spain
+34.91.298.08.91/2

Barcelona

Avda. Diagonal 419 3ºB
08008 Barcelona, Spain
+34.93.414.75.54

Oficinas Estados Unidos: Sunnyvale

440 N. Wolfe Rd.
Sunnyvale, CA 94085
Phone: +1 (408) 524 7445